UOT:338.242

АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА В АЗЕРБАЙДЖАНЕ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Р. В. РЗАЛЫ
Азербайджанский Государственный Экономический Университет

В статье анализируется текущая ситуация на потребительском рынке нашей страны и способы преодоления существующих проблем в его развитии.

***Ключевые слова**: потребительский рынок, развитие, бизнес, розничная продажа, фактор анализа и влияние.*

На современном этапе социально-экономического развития общества потребительский рынок стал одним из первых индикаторов многих трансформационных процессов, происходящих в стране и показывающих уровень развития предпринимательской активности, общества и государства. Поэтому проблемы стабилизации и развития потребительского рынка Азербайджана и её субъектов в современных условиях приобретают особую значимость. Это обусловлено, прежде всего, местом и ролью потребительского рынка в его активном воздействии на состояние процессов производства товаров и услуг, их распределение и потребление.

В современном социоэкономическом словаре потребительский рынок трактуется как рынок, на котором отдельные лица и домохозяйства приобретают товары и услуги для личного потребления. При этом потребительские товары и услуги определяются как товары и услуги, предназначенные для конечного потребления населением, для личного, домашнего, семейного пользования (3)

Как известно, потребительский рынок состоит из трех основных сегментов: рынка розничной торговли, общественного питания и бытовых услуг. Взаимодействуя друг с другом, эти сегменты обеспечивают потребности населения и создают возможности для успешного функционирования экономики. За годы независимости мы стали свидетелями бурной трансформации потребительского рынка. Реформирование его сегментов, появление конкуренции привели к развитию новых форм и методов торговли, общественного питания и бытового обслуживания и изменили устоявшиеся в данной сфере принципы и методы управления предприятиями. Этот сектор экономики страны стремительно развивается вместе с увеличением притока в него местных и иностранных инвестиций.

Рынок потребительских товаров и услуг является сложной социально-экономической системой и составляет основу формирования и развития товарного рынка в целом. Именно на потребительском рынке сочетаются интересы потребителей, товаропроизводителей и торговой сферы. Анализ результатов социально-экономического развития республики за последние годы свидетельствует о высоких темпах развития экономики Азербайджана, включая рост таких важнейших показателей как валовой внутренний продукт и государственный бюджет, продукция промышленного и сельскохозяйственного производства, реальные доходы населения, розничный товарооборот, экспорт и импорт товаров.

Основной социальной целью развития потребительского рынка является предоставление потребителям широкого ассортимента качественных и доступных товаров и услуг. Сбалансированность потребительского рынка по ценам, товаропотокам и качеству не только необходимая составляющая эффективно работающей экономики, но и основа оценки качества жизни населения.

Азербайджан мировым сообществом в настоящее время уже признано страной с рыночной экономикой, но процесс трансформации от командной экономики к рыночной системе хозяйствования является длительным, охватывающим не одно десятилетие. В условиях постиндустриального развития Азербайджанской Республики происходят глубокие изменения в экономике. Ускоряются темпы развития промышленности и сельского хозяйства, несколько улучшилось благосостояние основных слоев населения, увеличиваются расходы государства на социальные нужды. Экономика Азербайджана интегрируется в мировое хозяйство.

Позитивные процессы в экономике отразились и на состоянии потребительского рынка. Эффективное развитие потребительского рынка становится одной из наиболее важных проблем в осуществлении экономических реформ. Для этого необходима реализация системного, комплексного

подхода в экономическом, социальном, организационно-правовом направлениях.

Анализ основных показателей развития потребительского рынка позволил оценить ситуацию на рынке в процессе проводимых реформ, выявить положительный и негативные тенденции, определить круг проблем, подлежащих решению в среднесрочной перспективе.

Уровень развития торговли очень неоднороден по районам Азербайджана. Это выражается как в уровне цен, в обеспеченности населения торговыми площадями современных форматов, товарным ассортиментом, т.е. показателях, которые непосредственно относятся к отрасли торговли, так и в уровне развития транспортно-логистической инфраструктуры, наличии местных производителей и др., то есть параметров, оказывающих влияние на развитие торговли в регионе. При этом для многих регионов торговля является основой экономики.

Торговля в большей степени развивается в крупных городах, являющихся региональными центрами. Это объясняется высокой привлекательностью отрасли ввиду высокого спроса и концентрации товаропотоков в региональных центрах.

Структура оборота розничной торговли по крупным экономическим регионам (в процентах)

	1991	1995	2000	2005	2010	2015
По всей стране	100	100	100	100	100	100
Баку	49,68	36,66	48,95	50,59	49,72	54,79
Апшеронский э. р.	3,33	4,71	4,14	4,12	4,29	3,85
Гянджа-Газахский э.р	10,91	11,62	10,15	9,89	9,43	8,33
Шеки-Загатальский э.р	4,40	5,31	4,82	4,58	4,40	3,50
Губа-Хачмазский э.р	3,55	4,70	3,87	3,89	4,10	3,47
Нахчыванская Автономная Республика	2,40	3,42	3,13	3,16	4,48	4,77

Западные ученые отмечают, что новая современная методология, способствующая построению устойчивого бизнеса, основана на управлении взаимосвязи с отдельными регионами потребителей. Данная методология позволяет успешно решать задачи привлечения и удержания прибыльной клиентуры, поиска новых форм продаж, повышения эффективности взаимодействия с клиентами и сокращения операционных расходов.

Поэтому, в исследованиях потребительского рынка целесообразно составить прогноз привлекательности стратегических зон хозяйствования по отдельным регионам страны.

Что касается потребительского рынка за этот год, потребительский рынок за три четверти 2016 года составил 62,9% ВВП Азербайджана за отчётный период (43,436 млрд. манатов) против 70,1% по итогам первого квартала и 65,6% по итогам первого полугодия. За 2015 год он оценивался в 63,09% ВВП.

По данным Госкомитета по статистике, к 1 октября 2016 года потребительский рынок составил 27317,4 млн. манатов ($16,851 млрд. по курсу на отчётную дату в 1,6211 маната за доллар США), что в реальном выражении было на 1,9% выше его оборота за аналогичный период 2015 года. При этом в третьем квартале впервые в 2016 году был отмечен номинальный квартальный рост потребительского рынка (к II кварталу 2016 года) на уровне 9,1%: 9595,8 млрд. против 8795,2 млн. во II квартале и 8826,4 млн. манатов в I квартале.

Розничный товарооборот за три четверти года составил 21085,7 млн. манатов (+2,3% год к году), а объём платных услуг – 5410,8 млн. манатов (+0,6%). В III квартале розничный товарооборот достигал 7281,3 млн. манатов, а объём платных услуг – 20323,4 млн. манатов.

Для сравнения, в прошлом году потребительский рынок составил 34295,1 млн. манатов (+9,7%). В первом квартале 2015 года потребительский рынок оценивался в 7655,8 млн., во втором – 7982,3 млн. манатов, в третьем – 8303,3 млн. манатов, в четвёртом квартале – 10353,7 млн. манатов.

Розничный товарооборот за прошлый год составил 25721,1 млн. манатов (+10,9% год к году), а объём платных услуг – 7462,8 млн. манатов (+5,1%).

В первом квартале 2015 года розничный товарооборот составлял 5760,3 млн., во втором – 6202,2 млн. манатов, в третьем – 6126,6 млн. манатов, в четвёртом квартале – 7632 млн. манатов. Показатели по платным услугам оценивались в 1675,6 млн., 1526,9 млн., 1909,3 млн. и 2351 млн. манатов соответственно.

За указанный период население потратило в розничных торговых сетях 49,7% своих средств на продовольственные товары, напитки и табачные изделия, 17,5% - текстильные товары, одежду и обувь, 6,6% - электрические товары и мебель, 5,7% - автомобильное топливо, 1,5% - фармацевтические и медицинские товары, 0,8% - компьютеры, телекоммуникационное оборудование и другие товары, 18,2% - иные непродовольственные товары.

Таким образом, анализ результатов социально-экономического развития республики за последние годы свидетельствует о высоких темпах развития экономики Азербайджана, включая рост таких важнейших показателей как валовой внутренний продукт и государственный бюджет, продукция промышленного и сельскохозяйственного производства, реальные доходы населения, розничный товарооборот, экспорт и импорт товаров.

ЛИТЕРАТУРЫ

1. Azərbaycanın Statistik göstəriciləri. ARDSK. Bakı. Səda. 2014, - 695 s. **2.** Абрютина М.С. Экономический анализ торговой деятельности. М. Дело и Сервис. 2000, - 512 с. **3.** Райзберг, Б.А. Современный социоэкономический словарь. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 358 с. **4.** http://www.stat.gov.az/ (Государственный комитет по статистике Азербайджана)

Müasir dövrdə Azərbaycanda istehlak bazarının təhlili

R.V.Rzalı

Məqalədə ölkəmizdə istehlak bazarındakı hazırkı vəziyyət təhlil edilmiş və onun inkişafında mövcud olan problemlərin aradan qaldırılması yolları göstərilmişdir.

Açar sözlər: istehlak bazarı, inkişaf, sahibkarlıq, pərakəndə ticarət, təhlil və təsir amili.

Analysis of the consumer market in Azerbaijan at the modern stage

R.V.Rzalı

The current situation of the consumer market of our country was analyzed in the Article and the solutions of existing problems in the development of the market were brought forward.

Key words: consumer market, development, business, retail trade, factor of analysis and impact.